

Principium

Mensuel de Feprabel (Ne paraît pas en août)

**De Dag van de
Makelaar et remise de
la Gulden Regel - P.14**



**Campagnes médias
des compagnies - P.18**



**Bon score pour les
assurances belges - P.28**



Principium N°2
FEVRIER 2012

FEPRABEL

Fédération des Courtiers en assurances
& Intermédiaires financiers de Belgique

Bureau de dépôt : Bruxelles X - P301128



Sommaire - Février 2012

RÉDACTION :

- ▶ Rédacteur en chef :
Patrick CAUWERT
- ▶ Rédacteur en chef adjoint :
Ivan HALLEZ
- ▶ Secrétaire de rédaction :
Fleur JASOIGNE - fleur@feprabel.be
- ▶ Comité de rédaction :
Denis GOUZEE
Luc VAUTERS
Pierre HENS
Jean DEVILLE
Emmanuel DE HARLEZ
Florence BILLE
Valéry LAMOTTE
Pascal LASSERRE
Olivier RUYSSSEN
- ▶ Annonceurs :
ALLIANZ, ARAG, DEMETRIS, EUROMEX
- ▶ Couverture :
Sabine GANTOIS
- ▶ Photographe :
Pierre HENS

PUBLICITÉ & PRODUCTION GRAPHIQUE :

Sabine GANTOIS - sabine@feprabel.be

ILLUSTRATION :

Chris LAMQUET

IMPRESSION :

Imprimerie DEREUME
1, Rue Golden Hopestraat
1620 Drogenbos

EXPERT GRAPHIQUE :

James HUGHES - james.hughes@skynet.be

ÉDITEUR RESPONSABLE :

Patrick CAUWERT
40, Avenue Albert Elisabeth
1200 Bruxelles

Principium vous présente ce mois :

- P.3 Editorial
- P.6 En Bref

Informations

- P.4 Coin lecture
- P.5 UPCC : Les nouvelles du crédit à la consommation
- P.10 Législation : Le sous-agent d'assurance
- P.11 Juridique : Assureur de protection juridique, avocat et citoyen : réussir un ménage à trois
- P.13 Questions de Principium : Patrick De CEUSTER
- P.14 Événement : De Dag van de Makelaar et remise de la Gulden Regel
- P.17 Formations fiscales
- P.18 Campagne pub : Notre métier de courtier mis en avant par les compagnies dans leurs campagnes médias
- P.25 Information : Les cauchemars des élites, version 2012
- P.26 Brocom : « Courtier en Assurances » - La grande campagne média nationale 2012 démarre en mars !
- P.28 Europe : Bon score pour les assurances belges dans le « tableau de bord des consommateurs » de l'UE
- P.30 Enquête :
 - Moral des investisseurs selon State Street
 - Moral des CEO selon PwC
- P.33 Site du mois : www.cleanvehicle.eu
- P.34 Sécurité routière : Courtoisie au volant
- P.36 Droit social :
 - Arrivées tardives au travail : Comment les sanctionner ?
 - Nouvelles règles pour le travail étudiant : 5 changements positifs
 - Le statut de l'artiste
- P.39 Photo numérique : Apprendre à regarder autrement (Partie 15)
- P.41 Le projet-pilote « Smart Park » est lancé (Aider les entreprises à maîtriser leurs factures électriques)
- P.46 Productivité et informatique

Divers

- P.42 Assurances dans les médias
- P.44 FEPRABEL y était pour vous représenter
- P.47 Renseignements FEPRABEL/Principium





« Connais-toi toi-même et tu connaîtras le monde »

(Socrate)

Dans ce numéro, il sera beaucoup question de reconnaissance et de connaissance. En effet au moment où se fait réellement sentir le déploiement des enseignes, on constate que la visibilité du courtage est en plein boom.

Les enseignes

À ce moment, plus de 1.236 courtiers ont marqué leurs intérêts, 1.171 ont fait leur simulation, 929 ont été validées et 805 installations ont été planifiées ET enfin 789 sont installées. À ce rythme, nous arriverons tout prochainement à notre objectif de 2.000 enseignes.

Quoique l'objectif final soit que chaque bureau de courtage soit identifié par une enseigne, imaginez-vous une pharmacie sans croix verte ? Ce qui signifie que chaque courtier sera membre de BROCOM et contribue aussi à la promotion de sa profession. Faisons alors un pas de plus et imaginons que chaque courtier soit membre de FEPRABEL ou FVF et nous aurons alors les moyens de nos ambitions pour positionner le courtage comme canal de distribution fort et performant, s'inscrivant dans une logique durable. Car les défis sont nombreux, que ce soit au niveau législatif (révision de la directive sur l'intermédiation) au niveau des outils (présence sur le net, réponse aux nouvelles attentes des clients) et enfin au niveau économique (allier la performance économique des bureaux de courtage et des compagnies partenaires).

L'enquête « typologie »

Mais pour mieux être reconnu, il faut aussi se connaître mieux, c'est ce qu'a réalisé FVF par l'envoi d'un questionnaire aux courtiers membres de FVF et non-membres pour dresser une photographie à un instant donné des caractéristiques du courtage en Belgique pour la partie néerlandophone. Nous vous livrons un aperçu des réponses qui ont été dévoilées lors du congrès de FVF (Dag Van de Makelaar) et allons lancer la même enquête afin d'avoir une vision complète pour notre pays. Nous vous remercions d'y répondre avec enthousiasme.

La publicité

En matière de communication, nous consacrons une grande partie de ce numéro à la rétrospective des actions de communications de nos partenaires compagnies. En effet si chaque compagnie allie son canal de distribution à ses propres campagnes, l'effet multiplicateur est important et la visibilité du courtier encore plus forte. Il sera donc indispensable d'avoir son enseigne pour profiter à plein de cette publicité. Nous avons demandé à toutes nos compagnies partenaires de nous communiquer leur matériel de pub utilisé et le détail de leurs campagnes. Nous leur avons proposé de publier cela gratuitement (ce qui signifie que les pages 18 à 24 ne sont pas sponsorisées !) et malgré cela, seules cinq compagnies ont répondu à l'appel. Soit les autres n'ont rien fait en matière de publicité au cours des derniers mois, soit le soutien gratuit de PRINCIPIUM n'est pas mesuré à sa juste valeur.

Espérons que l'année prochaine, si nous rééditons cette initiative, nous devons y consacrer beaucoup plus de pages.

Patrick CAUWERT
patrick.cauwert@feprabel.be

